話題の生成AIも ChatGPT Gemini

スマホひとつでできる！

東大阪SNS集客ガイドブック





専門知識ゼロから始める、

あなたのお店の

売上アップ術 2025

もくじ

表紙 …… P1

目次 …… P2

01 SNSの基本知識

SNSと消費者行動の関係 …… P4〜P7

●SNSの使用実態
●SNSの利用目的の変化
●SNSの購買行動への影響
●SNSの種類と特徴
●SNSの基本用語

02 SNS運用のヒント

●SNS運用のコツ …… P8
●SNS運用の注意点 …… P9

03 Instagramの活用

●プロアカウントの開設と初期設定 …… P10〜P14
●基本の機能紹介（フィード投稿、ストーリーズ、リール）
・フィード投稿（通常投稿） …… P15
・投稿画像の編集 …… P16
・ハッシュタグの活用 …… P17〜P18
・URLの貼り方 …… P19
・ストーリーズの活用 …… P20
・ストーリーズの編集・加工 …… P21
・ハイライトの活用 …… P21
・リールの投稿 …… P22〜P23
●Instagram投稿のネタを考えるコツ …… P23
●アカウントや投稿の分析（インサイトの見方） …… P24〜P25

04 LINEの活用

●LINE公式アカウントの特徴 …… P26
●LINE公式アカウントの開設と初期設定 …… P27〜P30
●基本の機能紹介（友だち追加、あいさつメッセージ、メッセージ配信、チャット送信）
・友だち追加してもらう方法 …… P31
・あいさつメッセージの作成 …… P31
・メッセージ配信 …… P32
・チャット送信 …… P33
・分析画面 …… P34

05 Google ビジネスプロフィールの活用

●Googleビジネスプロフィールの特徴 …… P35
●Googleビジネスプロフィールの登録 …… P36
●基本情報の編集 …… P37
・トップページ画面の構成 …… P37
・写真の追加 …… P38
・投稿機能の活用 …… P39
・口コミの管理 …… P40
・パフォーマンス（分析） …… P41〜P42

06 生成AIの活用

●生成AIとは …… P43
●生成AIの始め方・設定方法 …… P43
●SNS運用における生成AIの活用事例. …… P44
・投稿コンテンツのアイデア出し …… P44
・キャプション作成 …… P44
・画像・動画生成 …… P45
・データ分析と改善提案 …… P45
●生成AI活用の注意点とリスク …… P45

巻末・その他

…… P46〜P47
●SNSアカウント成長チェックリスト：あなたの次なるステップ
●目標計画シート





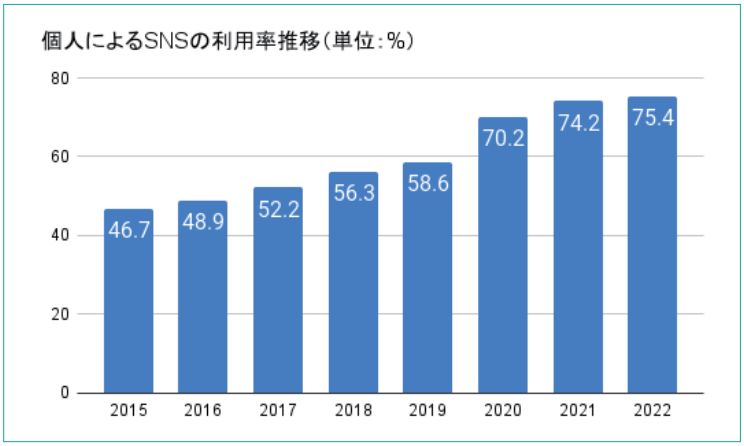
※当ガイドブックの記載内容は令和7年８月現在ものです。また、無断転載、引用は固くお断りいたします

01 SNSの基本知識
02 SNS運用のヒント
03 Instagramの活用
04 LINEの活用
05 Googleビジネスプロフィールの活用
06 生成AIの活用
その他

SNSと消費者行動の関係

●SNSの使用実態

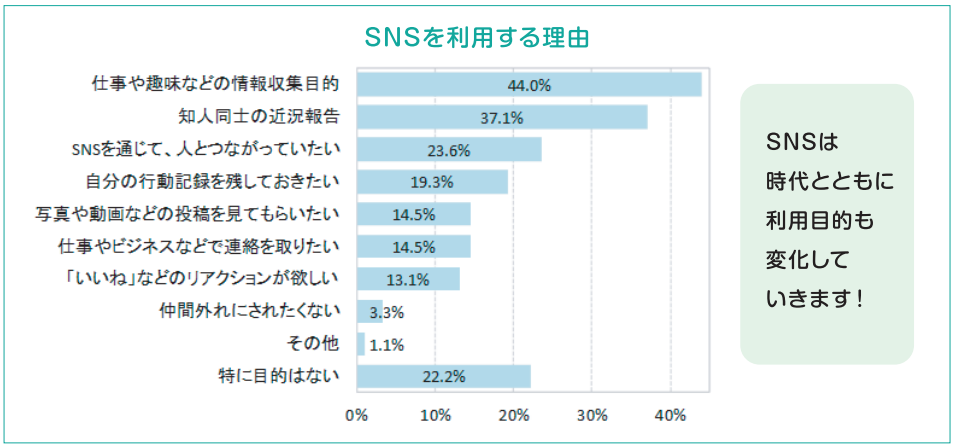
SNSの利用率は若年層を中心に年々増加しており、生活の中でも欠かせないツールとなっています。コロナ禍でSNS利用がさらに拡大し、今やプライベートやコミュニケーションに留まらず、ビジネスの場としても広く活用されています。



出典：「通信利用動向調査」（総務省）を基に作成

●SNSの利用目的の変化

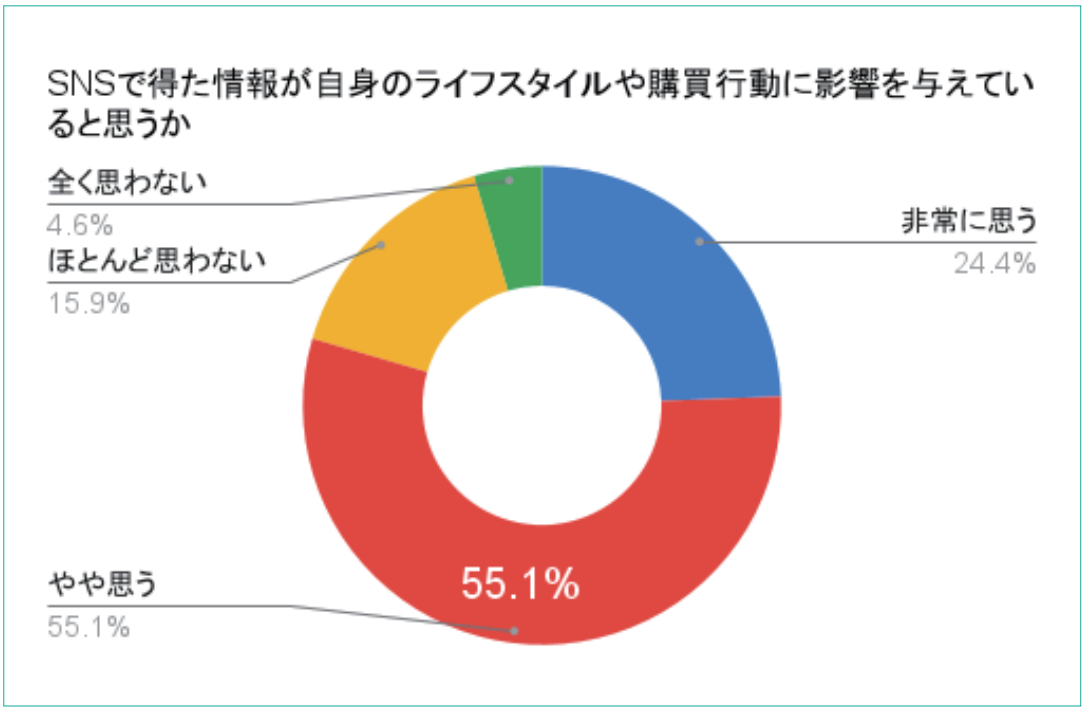
SNSの利用目的について2019年と2023年の回答を比較した結果をみると、「友人知人との関係を維持するため」と回答した人が19.4%減少しています。また「商品を購入するときの参考にするため」と回答した人が9.1%増えていることがわかります。数年間で生活者のSNS利用目的が、友人知人等と**情報を共有するツール**から**情報を収集するツール**へと変化したことが見てとれます。



出典：「ソーシャルメディアの利用目的」（総務省）を基に作成

●SNSの購買行動への影響

日常的にSNSを利用する女性の約7割が、SNSで得た情報から購買行動等に影響を受けていることがわかります。このような結果はSNSが単なる情報収集の場を超え、利用者の意思決定に深く関わっていることを示唆しています。そのため、企業や店舗等が商品やサービスの情報を発信する方法としてSNSはとても有効です。



出典：株式会社uluコンサルタンツのSNSを利用する習慣のある20～40代の女性を対象に行った「SNSがライフスタイルに与える影響」に関する調査結果をもとに作成（n=1,006人）

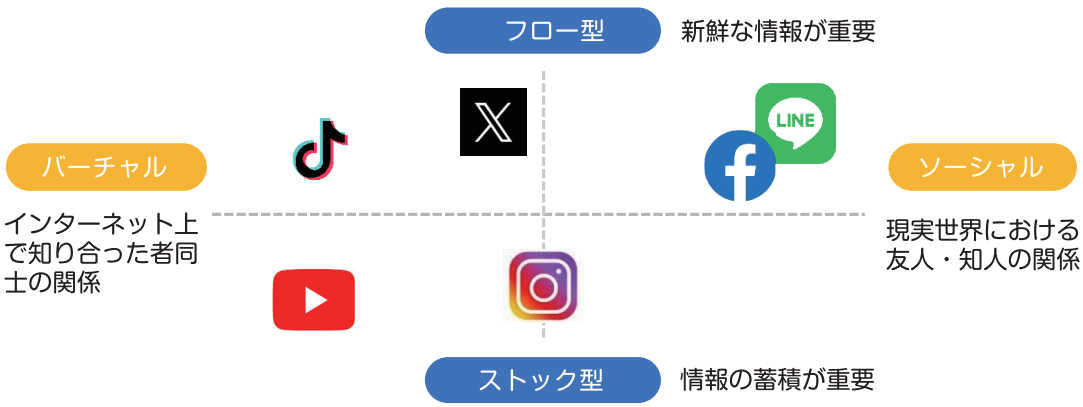
01 SNSの基本知識
02 SNS運用のヒント
03 Instagramの活用
04 LINEの活用
05 Googleビジネスプロフィールの活用
06 生成AIの活用
その他

SNSの種類と特徴

●主なSNS比較表

種類	LINE	YouTube	X	Instagram	Facebook	TikTok
国内アクティブユーザー数	9,800万人	7,370万人	6,700万人	6,600万人	2,600万人	3,300万人
ユーザー情報	全世代が利用。人口分布と比例して全国を網羅。	20代～50代まで幅広い層。	10代～20代が中心。	20代中心で女性が多い。	30代～40代が中心。	10代～20代が中心。
特徴	・コミュニケーション ・生活インフラ化しているツール。 ・生成AI機能やショッピング機能強化	・動画コンテンツを活用した長尺動画 ・ショート・ライブ配信などリッチな訴求が可能。	・リアルタイムの情報拡散 ・長文投稿・AI機能が強化 拡散機能に優れ新規顧客へのアプローチなど	・視覚的な表現に特化。 リール、ストーリーズ、AI生成画像機能を活用したブランディングに活用	・実名登録が基本。 ・ビジネス、コミュニティ、イベント機能。	・縦型ショート動画。 ・音楽やエフェクトによる表現が強み。
基本コンテンツ	・メッセージ ・LINE VOOM ・スタンプ ・オープンチャット ・AIアシスタント	・動画 ・ライブ配信 ・ショート動画	・テキスト(140文字) ・画像 ・動画、ライブ配信	・フィード投稿 ・ストーリーズ ・リール ・ライブ配信	・テキスト ・リンク ・画像/動画 ・ライブ配信	・ショート動画 (15秒～10分) ・ライブ配信 ・インフルエンサー活用
相性の良いテーマ/ジャンル	1対1やグループでの交流、地域情報、デジタルギフト。	ゲーム実況、ハウツー、Vlog、美容、教育、アニメーション。	ニュース、トレンド、速報、キャンペーン、ビジネス。	ファッション、美容、グルメ、旅行、ライフスタイル、アート。	ビジネス、コミュニティ、イベント、社会貢献活動。	ダンス、コメディ、教育(How-to)、ショートドラマ。
ライフスタイル	日常のコミュニケーションに不可欠なツール。家族・友人・仕事など生活全般で利用。	趣味、学習、情報収集、エンタメなど多様な目的で利用。	リアルタイムな情報収集や発信。社会の動きやトレンドに敏感。	美しい写真や動画で自己表現。ファッション、美容、グルメに関心が高い。	ビジネスやコミュニティでの交流。実名登録でフォーマルなつながりを重視。	隙間時間で楽しめるエンタメ重視。流行の音楽やダンス、コメディを好む。
利用動機	コミュニケーションの円滑化、手軽な連絡手段、無料通話の利用。	暇つぶし、情報収集、学習、趣味・関心のあるコンテンツ視聴。	自分の意見発信、他者との交流。	ライフスタイルの共有、トレンド把握、インスピレーション、ショッピング。	友人・知人との交流、コミュニティ活動、ビジネスでの利用。	エンタメコンテンツ視聴、自己表現、流行の共有、トレンド発見。
相性のいいテーマ	読者ビジネス/EC 教育/人材 不動産 クーポン配布 予約受付 など	How-to /ノウハウ 旅/グルメ/ことわり 体験レポート/検証 Web/CM/セミナー 歌/ダンス など	時事 政治/経済 スポーツ/ファッション オフィシャル/カルチャー IT・アニメ・ゲーム・アイドル クーポン/タイムセール など	美容 飲食/旅館 ファッション 農作物 旅行 料理 イラスト/漫画 雑誌/カタログ風 など	ビジネス 政治/ライフスタイル 旅/芸術/美術 など	教育 飲食 スポーツ Vlog ノウハウ/個人の技 ハッシュタグチャレンジ など

●SNSの位置づけ



SNSの基本用語

用語	意味
UGC	ユーザー生成コンテンツ。ユーザーが自ら作成しSNSに投稿した口コミや写真・動画のこと。
KPI	重要業績評価指標。目標達成までのプロセスを測定・評価するための具体的な指標。
アルゴリズム	ユーザーの興味関心に合わせて投稿を表示する、SNSごとの独自の仕組み。
メンション	投稿文などで「@ユーザー名」と記載し、相手に通知を送る機能。
コンバージョン（CV）	SNS経由での商品購入や来店、問い合わせなど、最終的な成果のこと。
エンゲージメント	投稿に対するユーザーの反応（いいね、コメント、保存など）の総称。
インプレッション	投稿がユーザーの画面に表示された回数。
リーチ	投稿が届いたアカウント（ユーザー）の合計数。
ペルソナ	ターゲットとなるユーザーの人物像を詳細に設定したもの。
ハッシュタグ	投稿内容を分類するための「#キーワード」。検索で見つけてもらうために重要。
ポスト	X（旧Twitter）での投稿のこと。以前は「ツイート」と呼ばれていました。
リポスト	X（旧Twitter）で他のユーザーの投稿を再投稿すること。以前は「リツイート」と呼ばれていました。
キャプション	投稿に添える文章のこと。ハッシュタグやお店の情報を記載する。
バズる	投稿が短期間に爆発的に拡散され、大きな話題になること。
炎上	投稿が批判や誹謗中傷を集め、収拾がつかなくなる状態。

01 SNSの基本知識
02 SNS運用のヒント
03 Instagramの活用
04 LINEの活用
05 Googleビジネスプロフィールの活用
06 生成AIの活用
その他

SNS運用のコツ

近年、SNSは個人利用に留まらず、企業やお店がビジネスとして利用することが当たり前になってきています。SNSはテレビCMや広告と違い、無料で始められるため資本力がない中小企業や個人でも成功のチャンスがあるのも事実です。ただ、「なんとなくやってみよう」で成果につながるほど簡単でもありません。コツを押さえて戦略を立てながら運用しましょう！

●SNS運用の7つのポイント

01 SNS運用の目的を決める

「なんとなく効果がありそう」「他もやっているから」など漠然とした理由で運用を開始せず、まずは具体的な目的を整理しましょう。
例）認知度向上、イメージUP、販売促進、ファン獲得、採用等

02 ペルソナの明確化

ターゲットとなるペルソナを明確にしておくことで、ブレない情報発信ができます。年齢や性別、その人が大事にしている価値観を分析し、情報を届けたいペルソナ像を明確にしましょう。 ※ペルソナとは商品やサービスを利用している典型的なユーザー像のこと

03 コンセプトの明確化

ペルソナに合わせた情報発信の方向性を決めましょう。このコンセプトが明確であるほど、一貫性のある投稿となり興味を持たれやすくなります。またコンセプトを明確にしたうえで投稿者のキャラクター設定を考えておくのもおすすめです。

04 共感や学びを得られる内容

SNSで最も反応を得やすいのが共感を誘う内容です。「あるある！」と共感を誘い効率よく反応と認知を高め、有益な情報を発信してユーザーにメリットを与え、フォロワーになってもらえるようにユーザーを育成しましょう。

05 アクションまでの動線整備

「見てもらえた！」というだけで終わってしまっては意味がありません。広く認知を得たりすることは重要ですが、目的に合わせてユーザーがアクションを起こしやすいよう、WEBサイトへ誘導する等の工夫が必要です。

06 定期的な分析と改善

各SNSには無料でアクセス数を閲覧できる等の機能が備わっています。投稿するだけで満足せずに数値で結果を確認し、より効果的な情報発信の方向性を構築していきましょう。

07 継続的に取り組む必要がある

SNS運用を始めても、最初はフォロワーも少なく徐々に認知度を高めていく必要があるため、すぐに成果が出るとは限りません。中長期目線で運用することが重要です。地道な投稿と改善を繰り返しながら、より集客に繋がるアカウントへと成長させるために、諦めてしまわずに根気強く運用を続けてみましょう。

運用を続けていくために

- ☑ 目標を高く設定しすぎない（「有益な投稿をしよう」「バズらせよう」と思いすぎない）
- ☑ 質の低下や投稿を怠ってしまうのを防ぐため投稿頻度やスケジュールを計画しておく
- ☑ 運用担当者を複数人決めて役割分担しておく

●SNS運用の注意点

炎上リスクに備える必要がある

SNSアカウントを運用する以上、発信した情報で意図せず炎上してしまう恐れがあります。
炎上してしまうとなかった事にはできず、自店舗のイメージが大きくダウンしてしまうため、
炎上リスクには必ず備えておきましょう。

決めておくべきこと

- ☑ SNSアカウントの運用ルールを決めておく
- ☑ 事前に複数人で内容を確認できるチェック体制を整えておく

  チェック者がいない場合は、時間をおいてから改めて自分で確認する等を行ったうえで投稿するのがおすすめです。

- ☑ 炎上してしまった際の対応方法を決めておく

炎上を防ぐために気を付けること

- ☑ モラルに反していたり人を傷つける不適切な発言等になっていないか
- ☑ 差別的な内容になっていないか
- ☑ 虚偽の情報・根拠のない情報ではないか
- ☑ 世間の常識とあまりにも乖離した内容になっていないか　　等

炎上してしまったら

① 事実関係を迅速に把握して状況を整理する
② 落ち度がある場合は、誠実に説明・謝罪を行う

落ち度がない場合でも、無視せずに慎重に取り扱いましょう。

③ 原因分析と再発防止策を実施

プロアカウントの開設と初期設定

●プロアカウントとは

Instagramは使い方によってアカウントの種類を選ぶことができます。個人で使用する場合は**「個人アカウント」**、企業や団体が広告目的で使用する場合には**「プロアカウント」**で運用するのがおすすめです。プロアカウントでは投稿に対するいいね数やコメント数、投稿を見た人数などが確認でき、各投稿の分析ができます。ユーザーの反応が数値でわかるため、問題箇所が分かり改善案が出しやすくなります。

プロアカウントでできること

- **お問合せ先、カテゴリラベル**（何のお店（サービス）かを表すカテゴリ）**の表示**
- **インサイト**（アクセス解析や効果測定をするために必要なデータが見られる分析ツール）**へのアクセス**
- Instagram 広告の出稿　等

●アカウントの登録の準備

アカウントの作成には下記の情報が必要となります。今後も必要な情報なので次ページ以降の登録する内容をメモしましょう！



① 携帯電話番号／メールアドレス
店舗のメールアドレスまたは運営代表者の電話番号・メールアドレスを活用しましょう。

② 名前 ※64文字まで可能
Instagram上の表示ネーム。検索対象となる箇所なのでヒットしやすいように工夫しましょう。

③ パスワード ※6文字以上の英数字アカウントの鍵となるものです。慎重に管理しましょう。

④ ユーザーネーム ※英数字、アンダースコア(_)、ピリオド(.)
@から始まるアカウントの住所となるものです。全員に公開されアカウント検索等で使用されます。誰とも被らないよう、記号を入れるなどで工夫しましょう。

●新規アカウントの作成

①Instagramのアプリをインストールします。
QRコードを読み取ってインストールを選択。

↓Androidの方

↓iPhone/iPadの方



▶

②インストール後、アプリを起動したら
「新しいアカウントを作成」を選択。

▼

③Instagramに表示する名前を
入力して「次へ」

▼

④パスワードを入力して「次へ」

▼

⑤「保存」を選択

▼

⑥ご自身(代表者)の
生年月日を入力して
「次へ」

▼

⑦ユーザーネームを
入力して「次へ」

▼

⑧電話番号かメールを
選択して情報を
入力して「次へ」

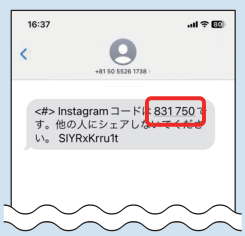
▶

⑨SMS(電話番号宛て)
又はメールアドレス宛に
認証コードが届きます。
※機種によってアプリ
が異なります

【SMS】

【メール】

※SMSアプリ画面例

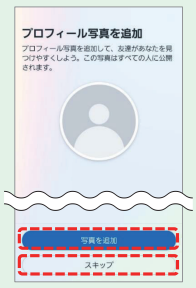


▶

⑩届いた認証コードを
入力し「次へ」を選択。

▼

⑪アカウントのアイコンと
なる写真を選択。
スキップして後からでも
選択可能です！



アカウント作成完了！

03 Instagramの活用

●プロアカウントの切り替え

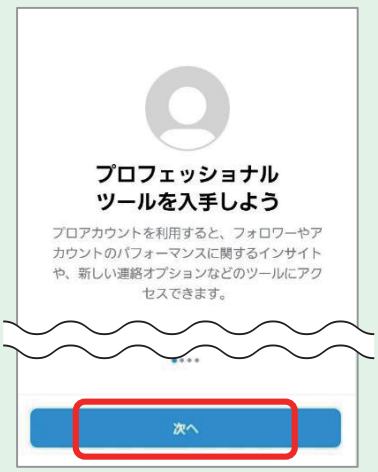
①右下マイページから、
「プロフィールを編集」を選択。



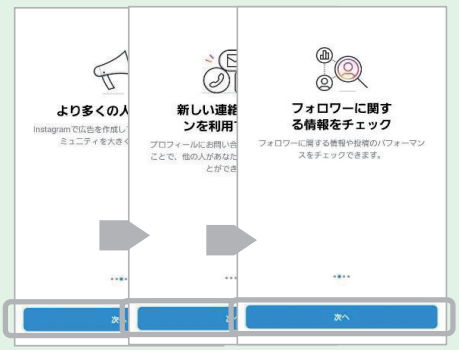
②「プロアカウントに切り替える」を選択。



③「次へ」を選択。



④プロアカウントの特徴やメリットの
紹介画面は「次へ」を選択。



プロアカウントの利用（切り替え）は無料！だから費用をかけずに始められて安心！

●プロアカウントの設定

①当てはまるカテゴリを選んで「完了」を選択。プロフィールに表示はオンがおすすめ！



②種類を選んで「次へ」を選択。企業や店舗として運営する場合は「ビジネス」がおすすめ！



企業やお店として利用する場合は「ビジネス」を選択

③公開情報を入力。問合せ先等の表示に関係するので、登録がおすすめ！（後からも変更可能）



④Facebookとの連携をする場合は、「Facebookにログイン」を選択して設定を行う。



Facebookを利用していない場合等は「スキップ」を選択

⑤詳細の情報を設定しましょう！（あとからでも変更可能）

ビジネスアカウントの登録完了！



情報の入力をあとで行う場合は「×」で一旦登録終了



プロフィール情報の入力は最初に設定しておきましょう

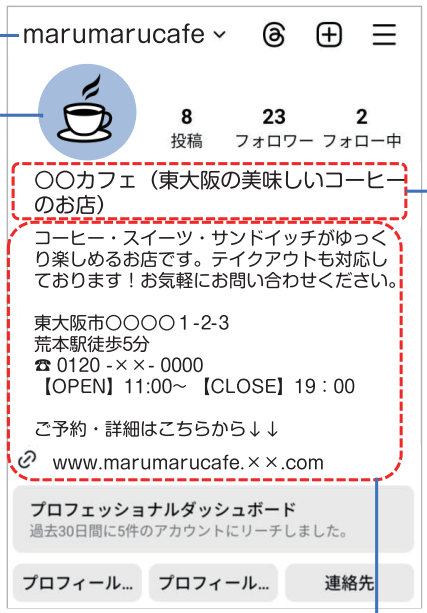
03 Instagramの活用

●プロフィール情報の登録

プロフィール情報はアカウントの概要を示すため非常に重要です。わずか数行の小さなスペースだからとなんとなくで作成せず、読んだ人に分かりやすく情報を伝えられるように、工夫して作成しましょう！

1）プロフィール写真

写真又は画像の登録が可能。ユーザーの目を引き興味をもってもらえるものにしましょう！企業やお店を視覚的に表現できる場所なので、お店のロゴやメイン商材等に設定するのがおすすめ。またプロフィール写真を頻繁に変えるとユーザーが認識できなくなってしまう可能があるため、最初にしっかり計画して設定しましょう。



プロフィール写真のチェックポイント

- ☐ 対象物が枠に収まっている
- ☐お店と関係のない画像になっていない
- ☐ わかりやすく、シンプルである
- ☐ 画質や色味が綺麗
- ☐ 著作権に違反した画像ではない

良い例



悪い例



2）名前（64文字まで可能）

プロフィール写真のすぐ下に表示される項目。Instagramの名前は、単なる名前ではなく「アピールポイント」。誰に何の情報を届けたいのか、どのような価値をユーザーに届けられるのかを整理し検索対策として戦略を立てる必要があります。

※2回目変更後、3回目は14日後に変更可能

3）自己紹介（150文字まで可能）

プロフィール画面で名前の下に表示される項目。最も文字を入力できるのでアピールポイントを分かりやすく記載しましょう。

効果的な記載内容

- ☐ 自分の投稿内容の説明
- ☐ お店のアピールポイント、強み
- ☐ 企業やお店の概要（住所、営業時間など）
- ☐ ユーザーの行動を促す内容（HPへ誘導など）

4）ユーザーネーム（30文字まで可能）

いわゆるIDのような役割でInstagram内に同じユーザーネームの人が存在しない一意のもの。ユーザーネームは、プロフィール画面の一番上や投稿内などに表示されるため、常に最初に目につきやすいので工夫しましょう。

※アルファベットと数字、記号が使用可能

基本の機能紹介

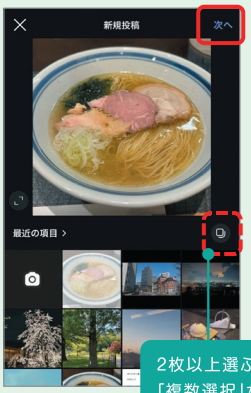
●フィード投稿（通常投稿）

①プロフィール画面から ⊕ の新規投稿マークから「投稿」を選択





②投稿したい写真を選択して「次へ」



2枚以上選ぶ場合は「複数選択」から10枚以内で写画像を選ぶ

③画像の加工や編集を行い「次へ」
（詳細はP16を参照）



④必要情報を入力して「シェア」 → フィード投稿完了！



1）キャプション（文章）を入力
投稿の内容やハッシュタグを入力しましょう。改めてお店の情報を記載しておくのもGOOD！
（詳細はP14を参照）

2）音楽の追加
投稿に音源を付ける事で表現が広がり、より魅力的な投稿にすることができます！（最大90秒）

3）人物のタグ付け
投稿に関連するユーザーを追加することが可能です。

4）場所の追加
投稿に関連する位置情報を付ける事で、ユーザーが見つけやすくなったり店舗の場所を確認してもらえます！

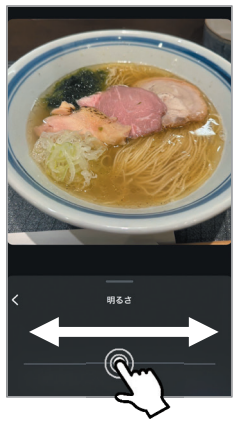
03 Instagramの活用

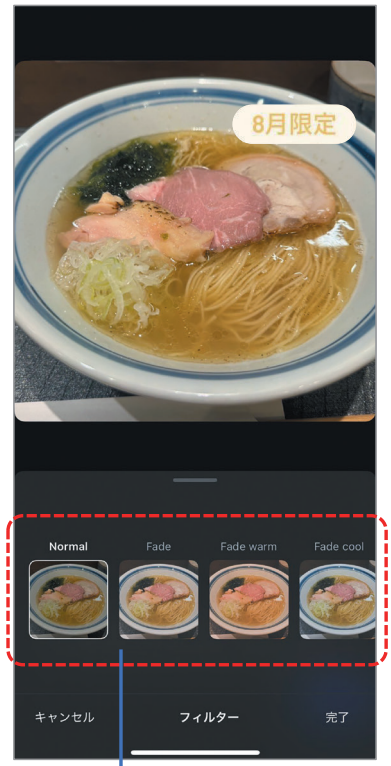
投稿画像の編集

Instagramは視覚情報がとても重要です！専用アプリ等を利用せずにInstagram内で加工や編集が簡単にできるので、パッと見て魅力や内容が伝わる画像を目指しましょう。

明るさ(Lux)

左右に動かすと明るさの調整が可能。✔マークで確定！





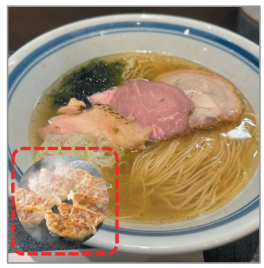
音楽

音楽から検索される可能性もあるため、「おすすめ」音源からの選択がGOOD！



ギャラリー

画像のうえに画像を載せることが可能。1枚で複数の情報を伝えたい場合におすすめ！



エフェクト

50種類以上のエフェクト効果で画像の雰囲気を変更することが可能！



テキスト

ドラッグで文字位置の調整



加工例1）Fade warm

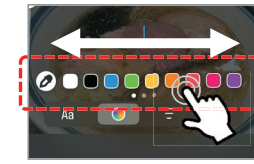


温かい雰囲気

加工例2）Graphite



おしゃれでクールな雰囲気



文字色も自由に変更

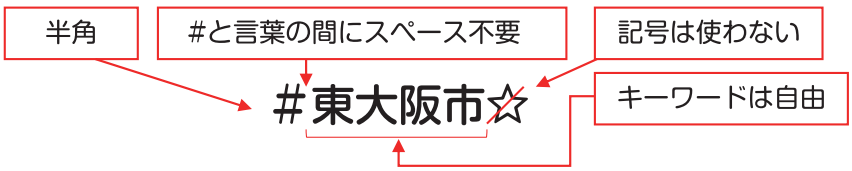
#ハッシュタグの活用

●ハッシュタグとは？

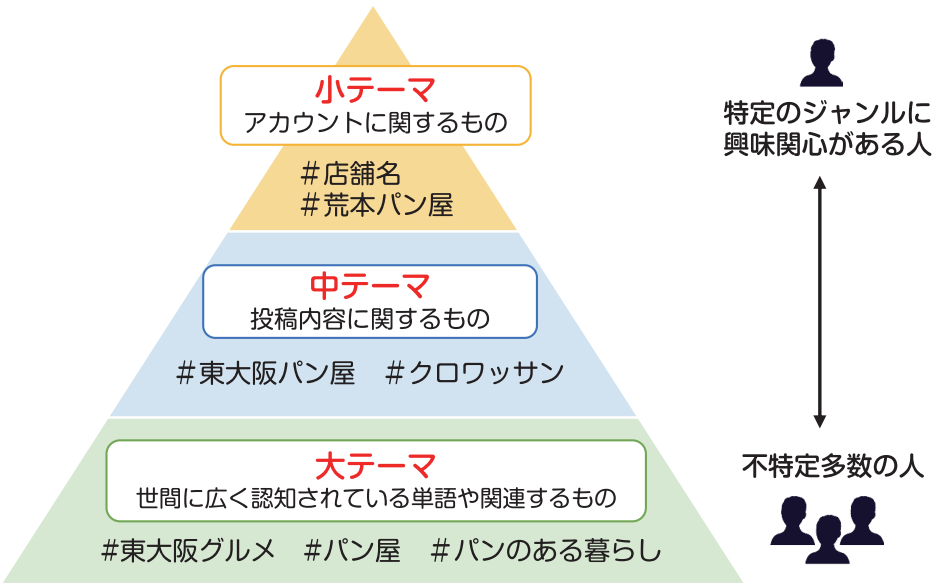
キーワードの前に#（ハッシュタグ）をつけるラベルの事。ユーザーが写真や動画に対してハッシュタグを付けることで、そのコンテンツが特定のテーマやトピックに関連するものであることを示すことができるので、ハッシュタグは重要な検索ワードとなります。これにより、他のユーザーは関心を持つテーマやトピックを検索し、関連するコンテンツを見つけやすくなります。



●ハッシュタグのルール



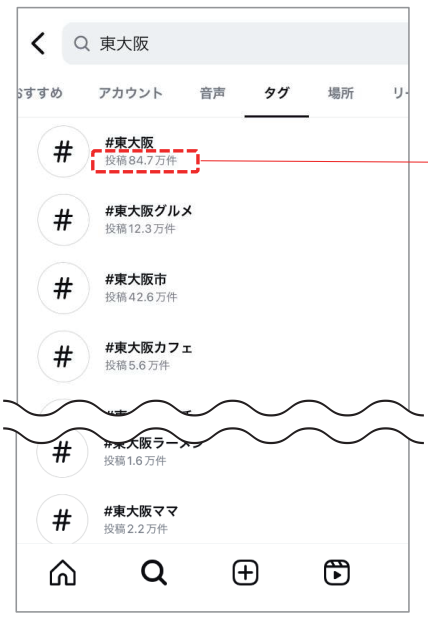
●ハッシュタグの分類



03 Instagramの活用

#ハッシュタグの活用

●ハッシュタグの選定



最初にどんなハッシュタグをつけるべきか投稿数(=人気)を調査してみましょう。

① 検索画面を選択
② 検索バーにキーワードを入力
③ 「タグ」を選択

キーワードを含むハッシュタグが人気順で表示され、各タグがつけられた投稿が何件あるか表示されます！

投稿数が多い人気のハッシュタグは、多くのユーザーの目に触れるチャンスがある一方で、大量の投稿に埋もれてしまい目に留まりにくくもなります。大・中・小テーマをバランスよく活用しましょう！

(参考)ハッシュタグ投稿数の目安
大テーマ:投稿数100万件以上(タグ数の目安:3つ)
広くユーザーへ認知拡大のために活用
中テーマ:1万～100万件(タグ数の目安:4つ)
露出拡大・検索での発見頻度向上のために活用
小テーマ:1万件未満(タグ数の目安:2つ)
独自の口コミやサービス・商品名を活用したコミュニティ形成に活用

●ハッシュタグ活用のポイント

1)みつけられやすく/お店のテーマ・商品に沿った　ハッシュタグをつける

ハッシュタグは1投稿につき最大30個までつけることが可能。
概ね10個程度つけることが理想とされており、バランスよく利用しましょう。

2)大・中・小テーマに沿ってバランスよく

どのハッシュタグをつけるかで、対象のユーザーに見つけてもらえるかが変わってきます。
各テーマの分類に整理し、バランスよくハッシュタグをつけましょう。

3)毎回利用するハッシュタグはテンプレート化がおすすめ

「毎回30個のハッシュタグを考えるのは面倒で大変」という時は、よく利用するハッシュタグを洗い出し、メモアプリ等を活用して必要な時にコピーして利用できるようテンプレート化しておくと便利！

4)類似アカウントが利用しているハッシュタグを調査

何をつけていいかわからない時は、類似アカウントが利用しているアカウントの投稿をチェック！マネできそうな単語や属性あれば参考にしましょう。

URLの貼り方

Instagramでは、ほかのSNSと違い通常投稿のキャプションへURLを記載してもリンク先へ飛ぶことはできません！すなわち投稿文から直接、HP等の他サイトへ誘導することができないのです。その代わりにInstagramにはWebサイトのURLリンクを貼る専用の場所が用意されているので便利！

【URLが貼れる場所】 ①プロフィール欄　②ストーリーズ

●プロフィール欄への掲載方法

①「プロフィールを編集」を選択



②「リンク」を選択



③「外部リンクを追加」を選択しURLを入力して「完了」！



●HP等の他サイトへ誘導するその他の工夫

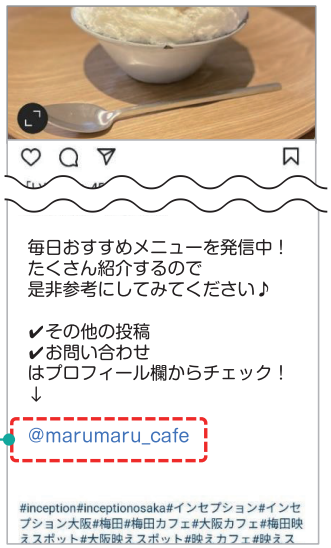
1）プロフィール欄やストーリーズにURLを記載しタップするように促す

2）「〇〇で検索！」など検索を促す

3）Instagram広告を出稿する

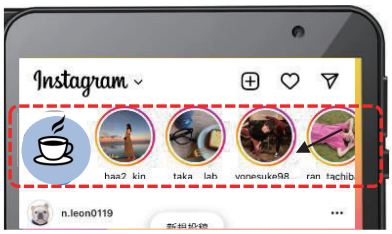
※広告の場合は、サイトへの誘導ボタンの設置が可能！

キャプションではURLリンクが正しく機能しないため、URLリンクに誘導する際はキャプションにユーザー名を記載してプロフィール画面に誘導する工夫をしましょう！



01 SNSの基本知識
02 SNS運用のヒント
03 Instagramの活用
04 LINEの活用
05 Googleビジネスプロフィールの活用
06 生成AIの活用
その他

●ストーリーズの活用



ストーリーズとは

通常投稿とは別に、より日常的な写真や動画の投稿ができる機能です。ストーリーズは画面上部の別枠から確認することができます。

24時間限定という特徴を活かして、「本日の空き状況」や「本日のおすすめメニュー」等のタイムリーな情報を発信するのが便利で効果的！

ストーリーズの特徴

1）24時間限定の投稿
2）スマホにフルスクリーン（全画面）で表示できる
3）複数の写真や動画をスライドショー形式で表示できる
4）写真や動画に簡単にスタンプや文字入れなどの編集ができる
5）アンケートや質問箱などユーザーとコミュニケーションが取れる機能がある
6）親しい友達リストで限定公開できる
7）プロフィールに常時表示できるハイライト機能がある

●ストーリーズ投稿

ストーリーズの投稿方法はいくつかありますが、ここでは事前に撮影した写真や動画を投稿する方法をご紹介します！

①プロフィール画面の ⊕ 新規投稿マークから「ストーリーズ」を選択





②ストーリーズに投稿したい写真・動画を選択
※動画は最大60秒



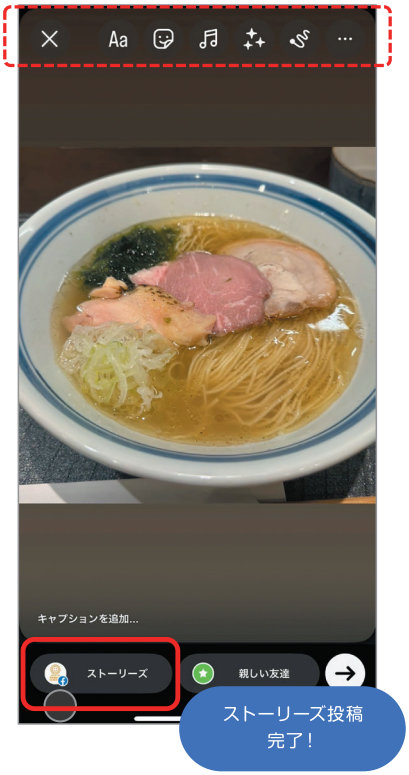
●ストーリーズの編集・加工

サイズ変更

もとの画像サイズかフルスクリーン調整可能！

テキスト





ストーリーズ機能

質問箱やアンケートなど気軽にユーザーとのコミュニケーションが図れる機能がおすすめ！



音楽

投稿内容に応じて音源をつけて、より魅力的な表現にしましょう！

メニュー

落書き、保存などが可能

ハイライトの活用

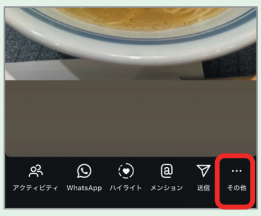
ハイライトとは

ストーリーズ投稿を24時間という制限なく、プロフィール上に表示させ続けることができる機能です。

- ✔ ハイライトはプロフィール画面下に常に表示されるので、アカウントの紹介になる
- ✔ ストーリーを見逃した人にも情報を届けられる
- ✔ ストーリーをカテゴリー別にまとめられる

●ハイライトの作成方法

①ストーリーズ投稿の右下「その他」選択



▶

②「ハイライト」を選択



▶

③ハイライトのタイトルを入力して「追加」



03 Instagramの活用

●リールの投稿

リールとは、最大90秒までのショート動画を投稿する機能で、スマホ画面のフルスクリーンで表示されます。リールには動画編集機能が用意されており、動画を簡単に作れるのが魅力です！投稿方法はいくつかありますが、ここでは事前に撮影した写真や動画を投稿する方法をご紹介します。

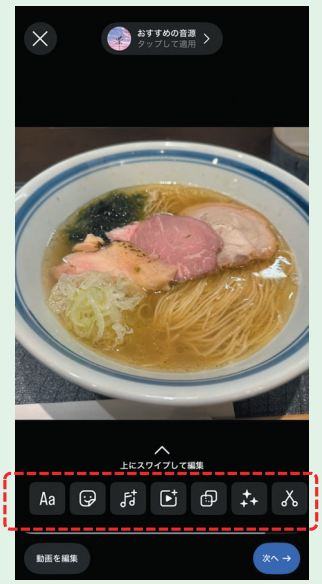
①プロフィール画面の ⊕ 新規投稿マークから「リール」を選択



②リールに投稿したい
写真・動画を選択
※動画は15秒～90秒



③動画を編集します



- 編集：動画の長さの調節、動画の分割、逆再生などが可能
- クリップを追加：さらに追加したいコンテンツの選択・新規撮影が可能
- 音源を追加：動画のBGMとして音楽を選択可能
- Aa テキスト：ストーリーズと同じくテキストを追加可能で、動画内で表示させるタイミングや長さの調整が可能
- GIF クリップハブ：追加のコンテンツとしてGIFを選択して追加可能
- スタンプ：テキストと同じく、スタンプの追加と動画内での表示タイミングの調節が可能
- ボイスオーバー：編集中のリアルタイムの音声を録音・動画と一緒に流れる音として追加可能
- 音量：動画がもともと持っている音の音量調整
- フィルター：画像や動画の彩度や色味を変更可能

④キャプションを入力して「シェア」を選択 → リール投稿完成！



リール作成のポイント

1）コメント欄へ誘導して滞在時間を伸ばす
2）動画を1.5倍速にして何度も見返す投稿にする
3）開始1秒で惹きつける
4）音声字幕を挿入してミュート状態でも閲覧させる
5）投稿後はストーリーズで告知

リール作成で避ける要素

1）解像度が低い、映像がぼやけている
2）他SNSなどのロゴが入っている
3）周囲に枠線がついている
4）大部分がテキストになっている

投稿後は、キャプション以外の編集ができないので慎重にシェアしましょう！
（※フィード投稿やストーリーズも同様！）

●Instagram投稿のネタを考えるコツ

「バズる」を狙いすぎず、無理なく
コツコツ発信していくことが大事！

1）記念日や季節のイベントをテーマにする

オリジナル性がなくても、記念日や季節に関連した商材を発信することで注目度も高くなり、無理なく投稿ネタを考えられます。

2）ユーザーのストレスや悩みを考慮する

ターゲットユーザーに寄り添い、そのユーザーが日頃抱えているストレスや悩みに焦点を当てれば、「どのような内容を投稿すればよいのか」が見えてきます。「自分が発信したい事」ではなく「ユーザーの知りたい事」を中心に発信してみましょう！

3）日常の出来事や裏側をあえて発信

インスタ運用担当者の日常の出来事や従業員の様子、メニューの調理工程等を投稿ネタにするのもおすすめです。普段は見る事のできない日常や裏側はユーザーの興味も引きやすいでしょう！

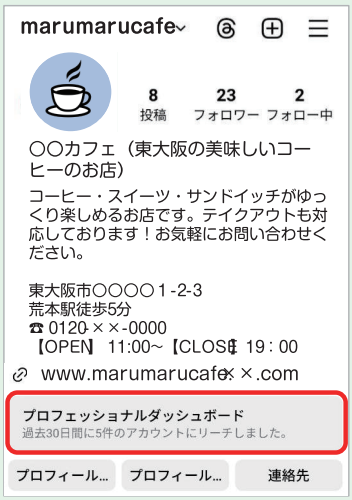
01 SNSの基本知識
02 SNS運用のヒント
03 Instagramの活用
04 LINEの活用
05 Googleビジネスプロフィールの活用
06 生成AIの活用
その他

アカウントや投稿の分析（インサイトの見方）

インサイトとは、**投稿への反応やリーチ数、フォロワーの属性データなどが確認できる分析ツール**で、プロアカウントのユーザーであれば誰でも無料で使用できます！

アカウントのインサイト

①「プロフェッショナルダッシュボード」を選択

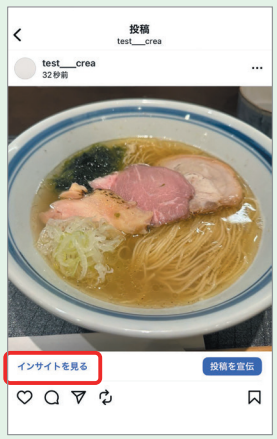


②各項目をチェック ⇒ **次頁を参照**



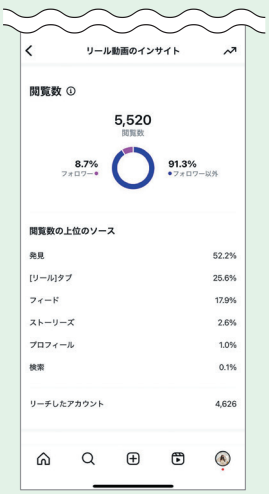
投稿のインサイト

①確認したい自分の投稿を選び、「インサイト」を選択



②各項目の数値をチェック！



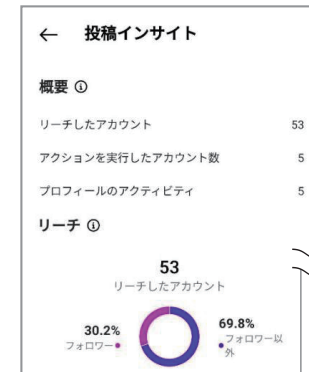


インサイトの見方



リーチ

指定期間に自分のフィード投稿やストーリーズ、リールなどを1回以上閲覧したアカウントの合計数。



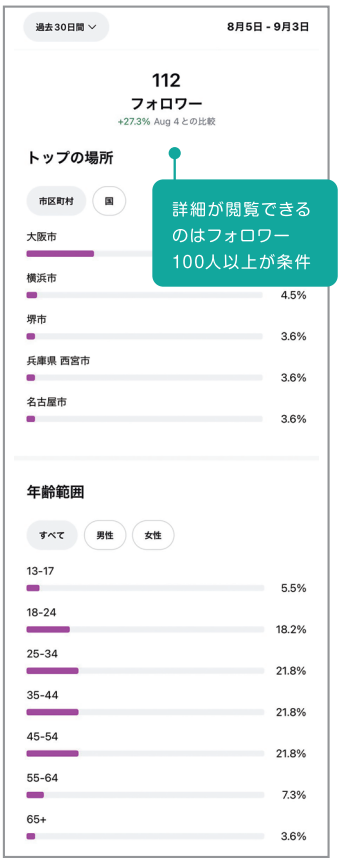
インプレッション

何回コンテンツを見られたかという数。リーチはアカウント数なので、インプレッション＞リーチとなるのが通常。



フォロワー

フォロワーの増減や、フォロワーのエリアや年齢性別、アクティブな時間や曜日が確認可能。



詳細が閲覧できるのはフォロワー100人以上が条件

インタラクション数

自分のフィード投稿やストーリーズ、リールに対するいいね！やコメント、シェアなど、アクションしたアカウントの合計。アクションを実行したオーディエンスやコンテンツでのインタラクションを確認できる。

※インタラクションとは、ユーザーが全投稿に対してとった行動に関する数値



インタラクション率を算出してみよう！

インタラクション率（%）
＝
アクション数（いいね、保存等）
÷
リーチ数（投稿を見たユーザー数）
×100

LINE公式アカウントの特徴

コミュニケーションアプリ「LINE」上に企業や店舗がアカウントを作成し、友だち追加してくれたユーザーに対して情報を発信できます。

01 リピーターが増え、売上につながりやすい

02 無料機能が充実 操作が簡単

03 目的・用途に合わせて選べる料金プラン

●充実した便利な機能紹介

- メッセージ配信
- LINEチャット
- ショップカード
- クーポン
- リッチメニュー
- プロフィール
- ステップ配信
- オーディエンス配信
- LINEコール
- リサーチ
- LINE VOOM
- メンバーシップ
- Ai応答メッセージ
- リッチメッセージを紹介

●公式・個人アカウントの比較

	LINE公式アカウント	個人LINEアカウント
メッセージ配信	ターゲットを絞ったメッセージ配信が可能	個人もしくは グループLINEのみ
	画像や動画からWebサイトへ遷移させる等 次のアクションを促す形式に対応	画像や動画データの 送受信が可能
	メッセージ配信の効果がわかる （配信数・開封数・クリック数ほか）	効果測定なし
機能	お店向けの各種販促ツールを使える	なし

●シンプルな料金プラン　初期費用は無料！

	コミュニケーションプラン	ライトプラン	スタンダードプラン
月額固定費	￥0／月	￥5,000／月	￥15,000／月
無料メッセージ通数	200通／月	5,000通／月	30,000通／月
追加メッセージ料金	不可	不可	～3円／通

詳細は公式サイトを確認ください。

LINE公式アカウントの開設と初期設定

●LINE公式アカウント開設（スマートフォン）

①LINE公式アカウントのアプリをインストールします。QRコードを読み取ってインストールを選択。

↓Androidの方

↓iPhone/iPadの方



②LINEアプリかメールアドレスで登録を決めて選択。

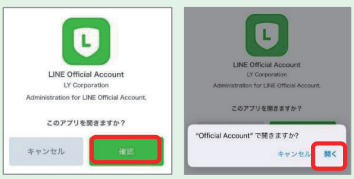


LINEアプリ登録の場合

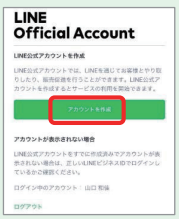
①「ログイン・登録」を選択し次画面で「許可する」を選択。



②「確認」から「開く」を選択。



③「アカウントを作成」を選選択。



メールアドレス登録の場合

①メールアドレスを入力して「登録用のリンクを送信」を選択

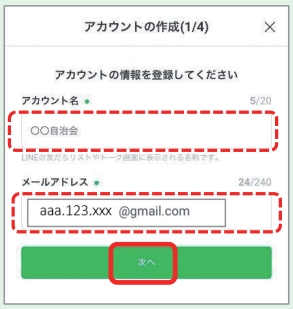
②入力したアドレスに届いた登録完了メールから「登録画面に進む」

③必要情報を入力したら「登録」を選択し情報を確認したうえで再度「登録」を選択

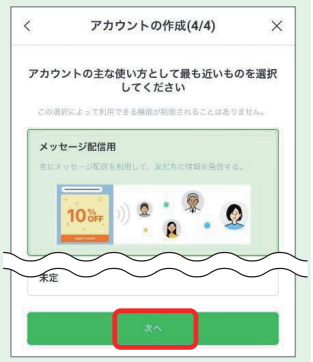
04 LINEの活用

●基本情報登録

①アカウント名（店舗名や会社名等）を入力して「次へ」。
所在地と業種を選択。
運用目的を選択。
（複数選択可）



②主な使い方を選択して
「次へ」（複数選択不可）



③内容を確認して「アカウントを作成」を選選択。
利用規約を確認して「同意」を選択したら登録完了



●ログイン後の画面構成



ホーム
メッセージ作成や各種設定等基本的な操作画面

LINE VOOM ※LINEでショート動画などが楽しめる動画プラットフォーム
VOOM Studioの画面

チャット
ユーザーとの個別メッセージ確認画面

分析
各メニューや友だち数の統計情報等の確認画面

通知
お知らせの確認画面

●プロフィール写真の設定

①ホーム画面の名前を選択



②カメラマークを選択し「カメラで撮影」又は「写真を選択」



③写真を撮影するかカメラフォルダから写真を選んで位置やサイズを調整したら「画像変更」を選択



プロフィール写真のチェックポイントはP14を参照！

●ステータスメッセージの設定

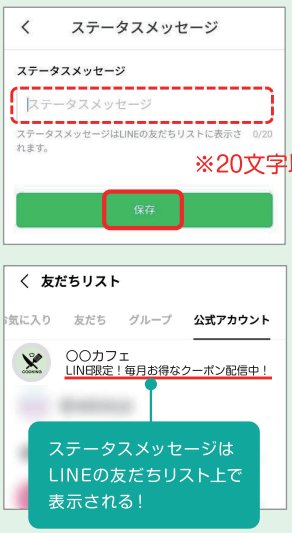
①ホーム画面の名前を選択



② ✎ マークを選択



③テキストを入力して「保存」



ステータスメッセージはLINEの友だちリスト上で表示される！

04 LINEの活用

●プロフィール情報の設定



基本の機能紹介

●友達追加してもらう方法

①ホーム画面の「友だちを増やす」を選択。



②宣伝方法に応じてQRコードの表示を選択。



例１）案内ポスターを掲示



テンプレートを活用すれば自分で作成する必要なし！

例２）QRコードをSNSやHPに画像添付



●あいさつメッセージの作成

友だち追加時に送られるので読まれる可能性が高く、アカウントの第一印象を決める重要な役割！どのような情報が送られてくるのかを伝えましょう。またメッセージを受け取った後の具体的なアクションを促すことで、ブロック率を低下させることもできます。

①ホーム画面の「あいさつメッセージ」を選択。



②文章を入力して「保存」。

最大で5つのふきだし設定可能



おすすめのメッセージ構成

1）アカウントの自己紹介や今後の配信内容を伝える
2）次のアクションを促す
3）初回限定クーポン等、友だち限定にお得な情報を届ける

作成のポイント

1）「友だちの表示名」を入れて呼びかける
2）読みやすさを重視して改行・絵文字を使う
3）ホームページやSNSなどの店舗情報を紹介

04 LINEの活用

●メッセージ配信

①ホーム画面の「メッセージを配信する」を選択。



②「追加」から「テキスト」を選択。



③配信したい文章を入力！
入力完了後は「次へ」を選択。



さらに要素を増やしたい場合は「追加」※最大3つまで可能！

テキストだけでなく、
スタンプや画像等も添付可能！

④プレビューを確認して問題がなければ、配信設定を選んで「配信」を選択。



「今すぐ配信」か日時指定が可能な「予約配信」かの決定。早朝や深夜など迷惑になりそうな時間帯は避けましょう。

同時にVOOM投稿も可能！

予算などに合わせて、配信メッセージ数を指定。配信先は配信時点の友だちの中からランダムに選択される。

属性で絞り込むには、ターゲットリーチ数が100人以上必要。

テスト配信を行い、事前に複数人でのチェックをおすすめ。

⑤最終確認画面で「配信」を選択



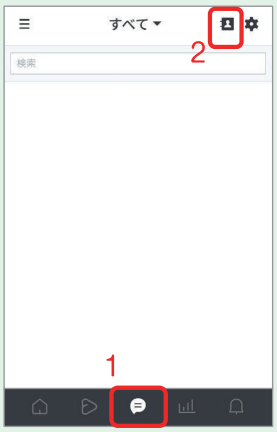
配信完了！

●チャット送信

友だちになっているユーザー1人ひとりとコミュニケーションが取れる機能で個別のお問合せ等に対応できます！また、LINEチャットは**メッセージ通数に含まれず、無料で使用可能。**ただし、チャットの履歴保存期間は1年です。

新規メッセージを送信する場合

①チャット画面から右上の連絡先マークを選択。



②対象のユーザーを選択し「チャットルームに移動」。



③送りたいメッセージを入力し送信マークを選択。



ユーザーからのメッセージに返信する場合

①チャット画面から対象のユーザーを選択。



未読のチャットは●がつきます！対応を忘れないようにしましょう。

既にチャットのやり取りをしたことがある方が表示されています。

②送りたいメッセージを入力し送信マークを選択。



分析画面

①画面下部の分析画面を選択。



LINE公式アカウントの日々の友だち追加数やブロック数などの数値を確認することができます。定期的に分析を確認し、効果的なメッセージ配信等を行っていきましょう！



分析したい期間の設定が可能！

詳細の確認はここから！

確認できる項目

1）友だちの数と属性
2）友だち追加経路
3）メッセージ通数
4）メッセージ配信に対するユーザーのアクション
5）あいさつメッセージに対するユーザーのアクションなど
6）プロフィールが閲覧された数と閲覧したユーザーの数など
7）リッチメニューを表示させたユーザーの数とクリックしたユーザーの数など
8）VOOMが表示された数とそれに対するユーザーのアクション数
9）VOOMのフォロワーの変化
10）クーポンの開封や使用ユーザー数
11）ショップカードを使用・発行した数など
12）チャット数、チャット数の変化や曜日・時間帯の分析
13）自動応答したチャットの数と変化

Googleビジネスプロフィールの特徴

Googleビジネスプロフィール（旧Googleマイビジネス）とは、Googleが提供している無料のビジネスリスティングサービスです。**Google検索やGoogleマップで検索された時**に表示されるビジネス情報をオーナーが自身で管理したり、情報の発信ができるツールです。

01 初期費用等かからず無料で利用可能

02 口コミ等顧客の意見が聞きやすい

03 営業時間や写真などカスタマイズ可能で顧客へアピール

特にWEBサイトをお持ちでない場合はGoogleなどの検索サイトで
上位表示をしてもらうために特に効果が高いツールです。

●Googleビジネスプロフィール活用のメリット

1）検索結果上で見つけてもらいやすい

スマートフォン・PCともに、Google検索では**Googleビジネスプロフィールによる情報が、他の記事・コンテンツより上位表示**されます。地図情報も合わせて表示されるため、非常に視認性が高く、ユーザーに情報を認知させることが可能です。



2）利用ユーザーが多く新規ユーザー獲得に繋がりやすい

Googleマップ利用者数は**4,700万人以上**という結果がでており、一般消費者に多く利用されているのが分かります！

3）公式サイトよりもすばやく情報を閲覧できる

Googleビジネスプロフィール画面では、公式サイトへアクセスしなくても必要な情報が得られるようになっています。これは、近年注目されている「**ゼロクリックサーチ**」（検索結果で表示されるページ内容を見てただけで完結し、個別のWebサイトまでアクセスしないユーザー行動）にもアプローチできるようになっており、「あのお店に行きたい」という突発的なニーズにも対応しやすいのが特徴です。

GoogleビジネスプロフィールはGoogleによる店舗情報の自動生成やユーザーの投稿によって作られた可能性もあります。その場合、登録されている店舗情報が誤っていることもありトラブルに繋がる可能性もあるため要注意！必ずオーナー（管理者）申請を行い、正しい情報を設定しましょう！

Googleビジネスプロフィールの登録

●Googleビジネスプロフィールの登録のながれ

以下のながれに沿ってGoogleビジネスプロフィールの登録していきましょう！

STEP 1	STEP 2	STEP 3	STEP 4
Googleアカウントの開設（既に取得している場合はOK）	Googleマップに店舗情報が既に表示されているかを確認	登録手続き（新規登録または情報の修正や確認）	オーナー申請

●Googleビジネスプロフィールの新規登録

①以下の二次元バーコードまたはURLから、登録ページへアクセス

https://www.google.com/intl/ja_jp/business/

②「今すぐ管理」または「管理を開始」を選択



③順番に必要情報を入力します。設問にそって店舗情報の入力を進めてください。



ビジネス名には、公式HPや、営業許可証に記載されている正式名を入力。不要なキーワードなどを詰め込む行為はガイドライン違反となります。



④情報が入力出来たら、オーナー認証を行うための認証方法を選択します。



申請方法は業種や一般公開されている情報、地域等によって異なりますが、以下のような選択肢があります。

★電話　・ハガキ　・テキストメッセージ
・メール　・動画

電話を選択出来る場合は、電話を選択しましょう。最もはやく認証ができるためおすすめです！はがき認証の場合は２週間程度の時間を要します。

例１）電話認証の場合

⑤「電話でコードを受け取る」を選択
⑥「テキストメッセージ」か「通話」か受け取り方法を選択する
⑦Googleからのテキストメッセージ、又は電話からの自動音声で確認コードを取得し画面へ入力

例２）ハガキ認証の場合

⑤「ハガキ送付」を選択
⑥後日、登録した住所へハガキが届く
⑦ハガキに記載されている確認コードを取得
⑧Googleビジネスプロフィールへログインし、ダッシュボード画面の「今すぐオーナー確認」から取得した確認コードを入力

認証完了！ユーザーへの表示が開始

基本情報の編集

ログイン後は、オーナーとして各情報の編集が可能です！

●トップページ画面の構成



プロフィールを編集

【登録できる情報】

1）概要
2）連絡先
3）所在地
4）営業時間
5）その他



ここで登録した情報はナレッジパネルと呼ばれる検索時の上部または右側に表示されるメイン画面に関わってきます。ユーザーの信頼度や認知度UP、アクションに繋がるので重要です！



ナレッジパネル

口コミを読む	ユーザーが投稿した口コミの確認や返信
写真	ビジネスプロフィールでユーザーがメッセージを送れるようにする
パフォーマンス	ユーザーの反応やアクションの分析を確認する
広告掲載	Google広告を出稿する
商品を編集	商品の編集・追加（商材が物品等の場合）
サービスの編集	提供しているサービスの編集・追加（商材がサービス等の場合）
予約	オンライン予約サイトへ誘導するためのURL追加
Q&A	ユーザーからの質問への回答
最新情報を追加	最新情報や特権、イベントの追加
レビューを依頼	ユーザーに口コミを投稿してもらうためのリンクを作成して共有

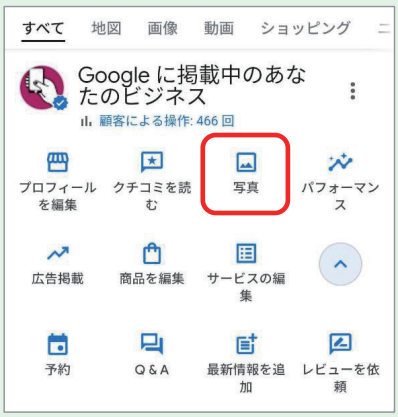
●写真の追加

店舗の外観や店内の風景、ロゴ、商品等できるだけ多く追加すれば、わかりやすく会社やお店の魅力を伝えることができます！イメージ訴求の充実により、**ユーザーの「信頼」を獲得**することができるだけでなくユーザーの**来店へのモチベーションを高める**働きもあります。以下のガイドラインを参考にしながらたくさん掲載しましょう。

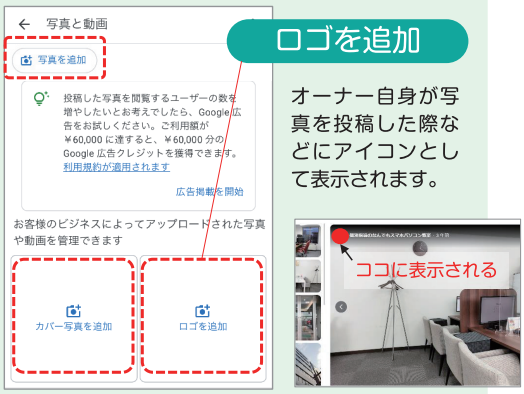
写真のガイドライン（Google ビジネスプロフィールヘルプページ（※）より一部引用）

形式：JPGまたはPNG　推奨解像度：縦720 pixel、横720 pixel　サイズ：10KB～5MB
品質：ピントが合っていて十分な明るさのある写真を使用します。大幅な加工や過度のフィルタ使用は避けてください。雰囲気をありのままに伝える画像をお選びください。

①トップページから「写真」を選択。



②追加したい項目を選択。



ロゴを追加

オーナー自身が写真を投稿した際などにアイコンとして表示されます。

カバー写真を追加

プロフィールの上部に表示される、**1番重要な写真項目**です。写真内容の制限はなく、お店の料理・内装・外観などから**「この写真こそユーザーに見てほしい1枚」**を選んで登録しましょう！



※写真は複数登録できますが、Google の判断で掲載順位などが変わるため、必ずしも希望通りの写真がカバー写真に表示されるわけではありません。

写真を追加

ロゴやカバー写真以外の写真を追加します。

1）店内と外観の写真

店内写真はお店の雰囲気を伝えることができます。外観写真は実際に来店する際にお店を探しやすくなります。それぞれ合計3枚以上の店内写真を追加すると効果的です。

2）商材やサービスイメージの写真

お店のアピールに繋がるため、人気の料理等、特に見てもらいたい商品の写真を3枚以上掲載するのがおすすめです！

3）メニュー写真

実際にお店で使用しているメニュー表の写真などを添付可能！最新情報になっているか注意が必要です。

4）動画

動きのある内容を表現できます。

●投稿機能の活用

店舗に関する最新情報やイベントの告知、クーポンの配布ができる機能です。ナレッジパネルやGoogleビジネスマップに表示された自社のビジネス情報に投稿した文章や画像・クーポンコードが表示されます。ユーザーに向けて来店促進に繋がるタイムリーな情報を提供できるため、来店数や予約数の増加に繋がる可能性が高まります！

投稿の表示例



●投稿機能の種類

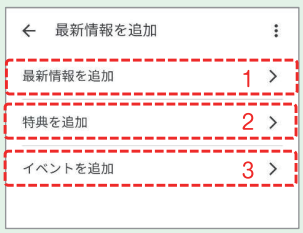
	最新情報	イベント	特典
写真・動画	○	○	○
説明文	○	○	○
投稿タイトル	×	○	○
開始日・終了日	×	○	○

●投稿の方法

①トップページから「最新情報」を選択。



②追加したい項目を選択。



③必要情報を入力して「投稿」を選択。

1



2



3



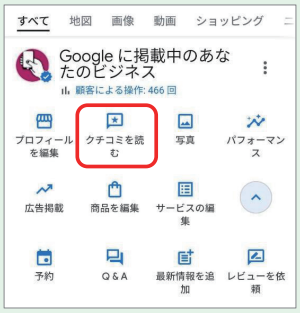
05 Googleビジネスプロフィールの活用

●口コミの管理

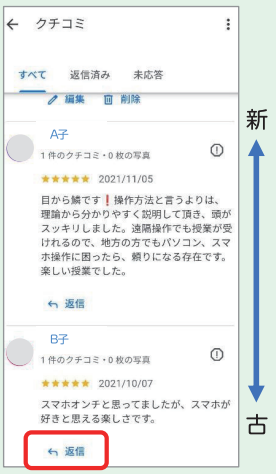
Googleビジネスプロフィールではユーザーが口コミを投稿する機能があります。ユーザーは口コミの内容で「サービス」や「お店」の評判を前もってチェックすることが多いため、集客へ影響しやすいのが事実です。口コミに対しての管理を怠らないように心掛けましょう！

●口コミを確認して返信

①トップページから「口コミを読む」を選択。



②口コミ一覧が表示されるので対象の口コミの「返信」を選択。



③4000文字以内で返信内容を入力し、「送信」を選択。



ネガティブな口コミに対しての対応

1）削除申請

Googleマップに投稿された口コミを自分で削除・非公開にはできませんがGoogleに対して削除申請を行い認められた場合は削除が可能です。**(削除対象例：関連性のない内容、冒涜、嫌がらせ、個人情報など)**

①トップページの右上 ⋮ から「フィードバックを送信」を選択。
②「問題を報告」を選択。
③報告項目を選び、内容を記載する。
④必要に応じて写真を添付する。
⑤最後に「送信」を選択。

2）誠実な返信対応

削除できないからといって、放置すると、店舗のイメージダウンや集客に影響が出る可能性があります。削除できない口コミは適切に対処し、できるだけ誠実に対応しましょう。**謝罪の気持ちや今後の改善策について返信することで、真摯な対応が伝わり、ネガティブな印象を払拭して信頼回復につながる可能性**があります。

パフォーマンス（分析）※旧インサイト

お店を知ったユーザーがどんな行動を取ったか、コストを掛けずに分析を閲覧できます。閲覧数や電話を掛けた人数などを把握し、分析・改善することで、より効率的な集客に結びつけらるので定期的なチェックを心がけましょう。

●パフォーマンスを確認

①トップページから
「パフォーマンス」を選択。



②分析期間と分析項目を選択。



概要

「インタラクション」「閲覧したユーザー数」「表示につながった検索数」

※インタラクションとは、ユーザーがビジネスプロフィールから「電話」「ルート検索」などのアクションを行った場合の数値データ。

通話

通話ボタンがクリックされた数

※通話をしていなくてもボタンを押すだけでカウントされます。

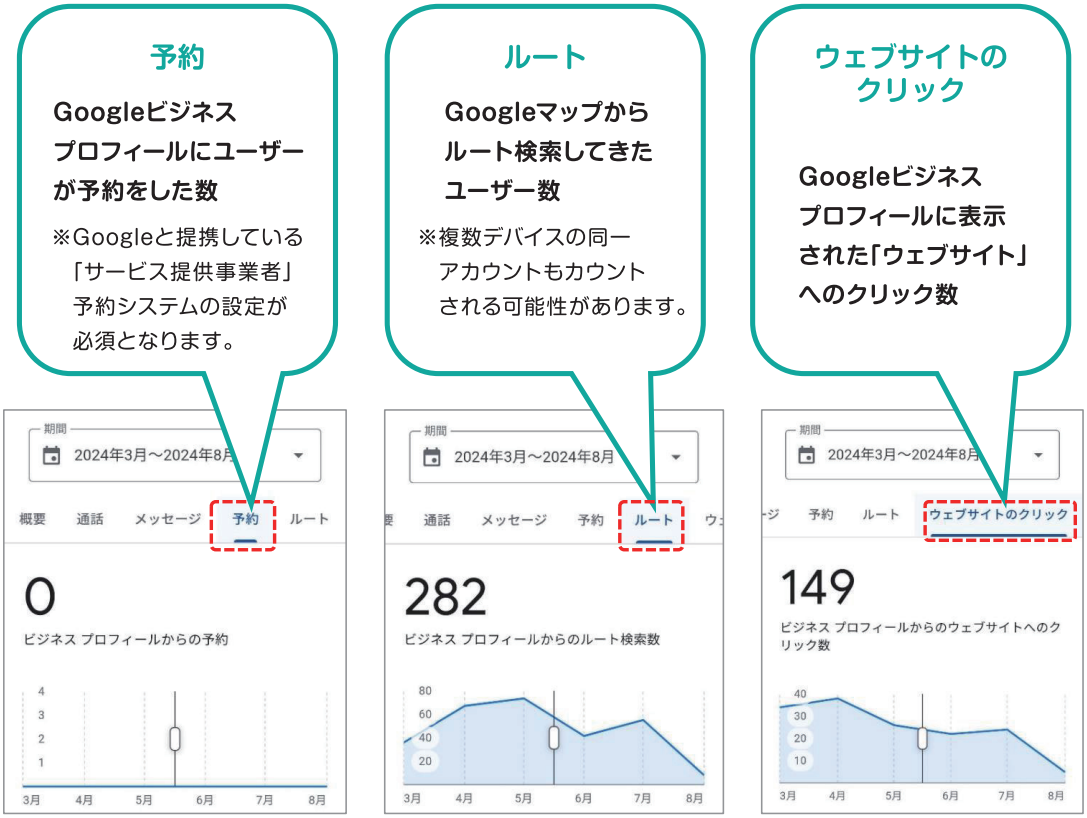
メッセージ

Googleビジネスプロフィールに送信されたメッセージ数

※メッセージ機能を有効にしないと利用ができない項目



05 Googleビジネスプロフィールの活用



数値結果は、1ヶ月ごとに記録を残し長期的な分析を行いましょう！ある程度長期データを取得したら、前年比較でデータを確認し、同じ月や季節でどのような変化があるかを見てみることも大切です。

生成AIとは

生成AI（Generative AI）とは、テキスト、画像、音声、動画、コードなど、様々な形式のコンテンツを「生成」する人工知能技術の総称です。まるで人間が作ったかのような自然なコンテンツを、短時間で大量に作り出すことができます。

【ポイント】

「創造」するAI
これまでのAIが「分析」「予測」に強かったのに対し、生成AIは「創造」が得意です。

誰でも簡単に
専門的な知識がなくても、簡単な指示（プロンプト）を与えるだけで利用できます。

ビジネスの可能性
SNS運用の効率化、新たなコンテンツの創出など、中小企業の皆様にとって強力なツールとなり得ます。

●生成AIの始め方・設定方法

生成AIの活用は、思っているよりも簡単です。多くのツールがウェブブラウザから手軽に利用でき、複雑な設定は不要です。ここでは、AIを使い始めるための基本的なステップをご紹介します。

1. ツールの選択とアクセス

現在、多様な生成AIツールが提供されています。テキスト生成に特化したもの、画像生成に特化したもの、または両方を組み合わせたものなどがあります。

ウェブサービス型
多くの生成AIは、Webブラウザからアクセスできるオンラインサービスとして提供されています。アカウント登録（無料/有料プランあり）を行うだけで、すぐに利用を開始できます。

SNS連携
一部のAI機能は、既存のSNSプラットフォームや関連ツールに統合されています。例えば、特定のSNSアプリ内で直接キャプションやハッシュタグを提案する機能などです。

スマートフォンアプリ
手軽に利用できるスマートフォンアプリとして提供されているものもあります。

2. アカウント登録とログイン

ほとんどの生成AIツールは、利用を開始するためにメールアドレスなどを使った簡単なアカウント登録が必要です。無料の試用期間や、利用制限のある無料プランを提供しているものも多いため、まずはそうしたプランから試してみるのがおすすめです。

3. プロンプト（指示文）の入力

生成AIの最大の特徴は、人間が「プロンプト」と呼ばれる指示文を入力することでコンテンツを生成することです。AIに何をしてほしいのか、どんな情報が必要なのかを具体的に伝えることで、より質の高い結果が得られます。

具体的に書く
「SNS投稿文を書いて」ではなく、「カフェの新メニュー『抹茶ラテ』のInstagram投稿文を、20代女性向けに、絵文字を使って親しみやすく、300字以内で書いて」のように、詳細な指示を与えることが重要です。

役割を与える
「あなたはSNSマーケターです」のように、AIに役割を与えることで、その役割に合ったトーンや内容で応答してくれることがあります。

【AIツールの例】

テキスト生成AIツール
（例：Webブラウザで利用可能なチャット形式のAI）

画像生成AIツール
（例：キーワードから画像を生成するサービス）

SNS運用における生成AIの活用事例

生成AIは、SNS運用の様々なフェーズで皆様をサポートし、時間と手間を大幅に削減します。コンテンツ作成から効果分析、さらには戦略立案まで、多角的に活用できます。

●投稿コンテンツのアイデア出し

「今日は何を投稿しよう…」SNS運用で最も悩ましいのがネタ切れです。生成AIは、皆様のビジネスや目的に応じた投稿アイデアを瞬時に大量に提案します。

【具体的な活用例】

プロンプト例

- 「東大阪の地域密着型パン屋です。Instagramで新規顧客を呼び込むための投稿アイデアを5つ提案してください。パンの種類、お店の雰囲気、顧客との交流をテーマに含めてください。」
- 「美容室です。来店頻度を上げるLINE公式アカウントのメッセージアイデアを3つ教えてください。」

AIが提案するアイデアの具体例

- 「新商品の開発秘話」
- 「お客様の『Before/After』紹介（許可を得て）」
- 「スタッフが選ぶ隠れた名品」
- 「〇〇（季節イベント）に合わせた限定キャンペーン」

ポイント

AIへの指示（プロンプト）を具体的にするほど、目的に合った質の高いアイデアが得られます。

●キャプション作成

魅力的な写真や動画があっても、目を引くキャプションがなければ、その魅力は半減してしまいます。生成AIは、ターゲット層に響く、効果的な文章作成をサポートします。

【具体的な活用例】

プロンプト例

- 「東大阪にあるカフェの、夏限定『ひんやり抹茶かき氷』のInstagramキャプションを作成してください。若年層の女性に響くよう、絵文字を使い、500字以内でお願いします。ハッシュタグも5つ提案してください。」
- 「東大阪市の工務店です。地震に強い家の特徴をわかりやすく伝えるFacebook投稿文を、専門用語を使わずに1000字以内で作成してください。」

AIが生成するキャプションの具体例

「🍧✨ この夏限定！当店のひんやり抹茶かき氷が、あなたの心と体を癒します🍵💚 厳選した宇治抹茶の濃厚な香りと、ふわふわ氷の絶妙なハーモニーをぜひお試しあれ！ #東大阪カフェ #抹茶かき氷 #夏スイーツ #ひんやりスイーツ #カフェ巡り」

ポイント

SNSプラットフォームの特性（文字数制限、絵文字の有無など）や、狙いたいトーン（親しみやすく、フォーマルなど）を明確に指定しましょう。

●画像・動画生成

視覚的なコンテンツはSNSで特に重要ですが、質の高い画像や動画の制作には時間やスキルが必要です。生成AIは、そのハードルを大きく下げます。

【具体的な活用例】

AIが生成できるビジュアルコンテンツ

投稿用画像	セール告知バナーの背景、イベントの案内画像、商品のイメージイラストなど、シンプルなデザイン要素。
動画の構成案・スクリプト	15秒のTikTok動画で新商品をアピールするための構成案や、YouTubeショート動画のスクリプト作成。

注意点

著作権と倫理	生成された画像が既存のデザインに酷似していないか、倫理的に問題ないかなど、必ず最終確認を行いましょう。
品質の確認	AIの得意分野と限界を理解し、完璧ではない場合があることを認識し、必要に応じて手直しすることが重要です。

●データ分析と改善提案

SNSの運用効果を最大化するためには、データに基づいた分析と改善が不可欠です。生成AIは、難解な数値データを解釈し、次のアクションに繋がる具体的な改善策を提案します。

【具体的な活用例】

プロンプト例

- 「過去3ヶ月間のInstagramのインサイトデータ（フォロワー数の推移、リーチ数、エンゲージメント率のグラフ、投稿ごとのいいね数とコメント数）を読み込み、改善点を3つ提案してください。」
- 「LINE公式アカウントのメッセージ開封率が平均より低いようです。考えられる原因と改善策を具体的に教えてください。」

AIが提案する改善策の具体例

- 「投稿時間をフォロワーが最もアクティブな時間帯に変更する」
- 「ユーザー参加型のコンテンツ（アンケートやクイズ）を増やす」
- 「特定のハッシュタグの効果を検証し、使用頻度を見直す」

ポイント

AIはあくまで「分析の補助」。最終的な意思決定は、皆様のビジネスの深い理解と判断に基づいて行いましょう。

生成AI活用の注意点とリスク

生成AIは強力なツールですが、その利用には注意が必要です。メリットを最大限に活かすためにも、以下のリスクを理解し、賢く活用しましょう。

【主な注意点とリスク】

情報の正確性

- AIが生成する情報は、常に100%正しいとは限りません。特に事実関係や数値については、必ずご自身で確認（ファクトチェック）を行ってください。
- 誤った情報を発信してしまうと、お店の信頼性を損なう可能性があります。

著作権・倫理的な問題

- AIが生成した画像や文章が、既存の著作物と酷似してしまうリスクがあります。利用前には必ず確認しましょう。
- 差別的な表現や、不適切な内容を生成する可能性もゼロではありません。倫理的な観点から最終チェックが不可欠です。

情報漏洩のリスク

- AIツールに、お客様の個人情報やお店の機密情報（売上データ、仕入れ情報など）を直接入力することは絶対に避けてください。
- 入力された情報が学習データとして利用される可能性があるため、取り扱いには最大限の注意を払いましょう。

「お店らしさ」の喪失

- AIが生成するコンテンツは効率的である反面、個性が失われ、どの店も同じような投稿になってしまう危険性があります。
- AIが作ったものをそのまま使うのではなく、必ず皆様のお店の「個性」や「人間味」を加え、最終的な調整はご自身で行うようにしましょう。

SNSアカウント成長チェックリスト：あなたの次なるステップ

SNS運用は継続が重要ですが、ただ続けるだけでなく、成長を実感し、次の目標を見つけることがモチベーションに繋がります。この10段階のチェックリストで、現在のアカウント状況をセルフチェックし、次なるステップを確認しましょう。

●あなたのSNSアカウント成長10ステップ

ステップ	達成度チェック	具体的なアクション	成長のポイント（実感できる変化）
ステップ1 アカウントの基本設定	☐	●各SNSプロフィールの基本情報（店名、営業時間、所在地、連絡先など）を全て正確に入力した。 ●プロフィール写真やカバー画像を魅力的なものに設定した。	「お店の顔」ができた！初めての訪問者にも情報が伝わりやすくなった。
ステップ2 投稿習慣の確立	☐	●週に1回以上、決まった曜日に投稿することを継続している。 ●投稿内容のテーマをあらかじめ決めて、ネタ切れを防いでいる。	投稿が義務から習慣に変わった。見てくれる人が少しずつ増えてきた。
ステップ3 最初のファン獲得	☐	●友人、知人、既存顧客にSNSアカウントを案内し、最初のフォロワー（友だち）100人を達成した。 ●LINE公式アカウントで「あいさつメッセージ」を設定した。	応援してくれる味方ができた！SNS上での繋がりが増えてきた。
ステップ4 地域集客の基礎固め	☐	●Googleビジネスプロフィールを登録し、オーナー確認を完了した。 ●Googleビジネスプロフィールに、お店の写真や最新情報（投稿）を追加した。	「地域名＋業種」検索で表示されるようになった！来店きっかけが増えた。
ステップ5 コンテンツの多様化	☐	●フィード投稿だけでなく、ストーリーズやリール（ショート動画）など、異なる形式での投稿を試した。 ●イベントや日々の様子など、リアルタイム性のあるコンテンツを発信した。	投稿がマンネリ化しなくなった。より多くの人に見てもらえるチャンスが増えた。
ステップ6 リーチ拡大の仕組み	☐	●投稿に適切なハッシュタグ（大・中・小テーマ）を毎回10個近くつけている。 ●位置情報やメンション機能を積極的に活用している。	検索から新しいお客様に見つけてもらえるようになった。
ステップ7 データ分析と改善の開始	☐	●各SNSのインサイト機能を確認し、どの投稿が良い反応を得ているかをチェックした。 ●投稿時間や内容を調整し、次の投稿に活かしている。	「なんとなく」から「データに基づいた」運用に変わった。
ステップ8 生成AIの導入と活用	☐	●生成AIツールを使って、投稿アイデアの提案を受けている。 ●AIにキャプションやハッシュタグ案を作成させ、文章作成の時間を短縮した。	コンテンツ作成の効率が上がった！新しい表現にも挑戦できるようになった。
ステップ9 顧客とのインタラクション深化	☐	●投稿へのコメントやDM（ダイレクトメッセージ）に、迅速かつ丁寧に返信している。 ●お客様に口コミ投稿を依頼し、Googleビジネスプロフィールや SNSでの口コミを増やしている。	お客様との距離が縮まった。リアルな声が聞けて、お店の改善にも繋がる。
ステップ10 戦略的SNS運用へ	☐	●フォロワーの増減、リーチ数、エンゲージメント率を定期的に分析し、具体的な改善策を立てている。 ●季節のイベントやキャンペーンに合わせて、SNSでの発信計画を立て、実行している。	SNSが売上や集客に直結するツールになった！次の戦略が見えてきた。

●あなたの次なるステップ

チェックが入らなかった項目は、今後のSNS運用における「伸びしろ」です。一つずつクリアしていくことで、あなたのアカウントはさらに成長し、ビジネスの成果に繋がります。ぜひ、このチェックリストを定期的に見返し、目標設定に役立ててください。

目標計画シート

今後のSNS活用に向けて目標を計画してみましょう！

●目標設定

目標			
コンセプト	かわいい・かっこいい・シンプルな・上質な・高級な・親しみやすい やる気がある・優しい・子供向け・大人向け・おもしろい・楽しい ためになる・ユニークな・癒される・その他（　　）		
目標数値 （目標に応じて設定）	項目（例：フォロワー数）	目標数値（例：現在の1.5倍）	
実施目標	投稿	回／1ヶ月	
	ストーリーズ投稿	回／1ヶ月	
	動画投稿	回／1ヶ月	
	いいね押す	いいね／1ヶ月	
	フォローする	人／1ヶ月	
	コメントする	回／1ヶ月	
	キャンペーンの実施	回／1ヶ月	

●運用ルール

投稿担当	
投稿日	週　　回　（月・火・水・木・金・土・日）
投稿時間帯	7時～12時　／　13時～18時　／　19時以降
投稿内容	

オリジナルハッシュタグを活用してみましょう！

東大阪市商業振興コーディネート事業に参加する店舗同士の繋がりを創出し、
東大阪市内の店舗や企業が一体となり地域全体を盛り上げていくため、
本事業オリジナルの下記ハッシュタグを積極的に活用してみましょう！

#SNSでつながる東大阪



© 令和7年度東大阪市商業振興コーディネート事業